

第 43 回 株式会社 USEN 放送番組審議会 議事録

開催日時:平成 26 年 10 月 22 日 16:00～

開催場所:東京都港区北青山 3-1-2 USEN 本社

**■出席者**

湯川 れい子 委員長

山本 武司 副委員長

富澤 一誠 委員

品田 英雄 委員

■欠席者

大林 宣彦 委員

■局側出席者

田村 代表取締役社長

大田 取締役常務執行役員

鈴木 顧問

益弘 顧問

山下 コンテンツプロデュース統括部長兼制作部長

松本 コンテンツプロデュース統括部 編成部長

西田井 コンテンツプロデュース統括部 制作部 制作 1 課長

村田 コンテンツプロデュース統括部 制作部 制作 2 課長

本多 音楽制作ディレクター

瀬戸 コンテンツプロデュース統括部 編成部 マーケティング課長

沖 広報部長

【番組審議会事務局:薬師寺、森角】**議事内容**

1. 会社動向、放送事業動向についての報告

(1) 追悼番組の放送について

2014年7月19日～8月17日まで「B-49 シンフォニー／コンチェルト」にて指揮者、ロリン・マゼール氏の追悼番組を放送。9月11日～10月31日まで「K-33 臨時特集7」にてチューリップ安部俊幸氏の追悼番組を放送。9月20日～10月19日まで「B-03 演歌」にて作詞家、山口洋子氏の追悼番組を放送した。

(2) 「C-26 a-FANFAN」番組イベント開催について

2014年10月26日、番組パーソナリティの津田美波さん、伊藤かな恵さんを迎え、「a-FANFAN」番組イベントを開催する。

(3) 『EZ-MESSE II』グッドデザイン賞受賞について

2014年10月、コメント放送に対応した新チューナー『EZ-MESSE II』がグッドデザイン賞を受賞した。

(4) 「With Music」発行について

2014年9月、会報誌「With Music vol.29(2014年10～12月号)」を発行し、業務店/個人宅のお客様にお届けした。

2. 審議課題

2014年7月新番組「usen for Free Soul」について

【対象番組】

■C-61 usen for Free Soul

3. 番組審議

【放送局】

本日は2014年7月に放送開始した新番組「usen for Free Soul」について審議して頂きたい。この番組は特に「美容室」をメインターゲットにして投入した。内容は橋本徹(SUBURBIA)氏によるミリオンセラー・コンピレーション・シリーズ『Free Soul』の世界観をよりスケールアップして放送するもの。橋本徹氏監修・選曲のもと、コンピレーションCD収録曲だけでなく、CD未収録のナンバーも加えて放送している。

【審議委員】

「C-61 usen for Free Soul」はマーケットインの考え方で作られているので、特性が明確に出ている。また極めて失敗の少ない方法で作られた番組だと思う。

今回美容室をターゲットにして新番組を作ったということだが、美容室より飲食店の方が数が多いのに、どうして美容室向けの新番組を作ったのか。

【放送局】

飲食店に対しては、まだ足りないとは思いますが、それなりに番組ラインナップを取り揃えられていると自負している。一方で、美容室向けの番組ラインナップを考えたところ、極端に少ないと感じられたため、今回美容室をターゲットとして新番組を作った。

【審議委員】

感覚だが、美容室の BGM は洋楽が多い。また USEN 音楽放送をかけるところも多いと思うが、音楽好きなオーナーが毎月 4〜5 枚 CD を購入して流しているところも割と多い。今回、『Free Soul』というジャンルに絞った理由は何か。

【放送局】

美容室オーナー様、美容室に USEN 音楽放送の導入を検討される方、あるいは店舗にどのような BGM を流すかお考えになる方…いわゆる決裁者様の年齢層や音楽の嗜好性を独自にマーケティングしたところ、一般的に人気の高い J-POP や洋楽がお好きな方もいらっしゃるが、音楽にこだわりを持っている方も多く、特に 30〜40 歳代の美容室オーナー様に強く嗜好があったのが「クラブ・ミュージック」などで、音楽にかっこよさやおしゃれ感を求められる傾向があった。それを踏まえ、BGM としてとして聴きやすい『Free Soul』というコンピレーションに行きついた。

【審議委員】

なるほど。選曲・監修の橋本徹氏は『Café Apres-midi』でも良いコンピレーション CD を出している。この番組は、マーケティングから入っている企画としてはっきりと意図が出ているので、良いのではないか。

【審議委員】

『Free Soul』はブランドとして確立されているものなので、内容については「これで良いのではないか」としか言いようがない。USEN の利益に繋がるのであれば良いと思う。

【審議委員】

私自身も「渋谷系」など(の音楽)がすごく好きで、橋本徹氏の『Café Apres-midi』にも行っていたので、(今のタイミングでこの番組を投入したことについて)今更感があった。また、特に美容室や若い子をもっと無機質なのではないかとも思った。選曲内容は 70 年代の楽曲も入っていて、今聴くと「人間臭い音作り」というのが、続けて流れてきて、とても気持ち良く、よく考えられていると思った。ターゲットとしているオーナーさんが好みそうだというのは想像がつく。(USEN 音楽放送への)加入決定権、チャンネル決定権がどなたにあるかにもよるとは思うが、今の 20 歳代、30 歳代の若い美容師さんにとっては本当はコレではないのかなと感じたのが率直なところだ。

【放送局】

我々もビジネスなので、サービスを受け入れて頂けるか否かを考えた時、決裁者が気に入るか気に入らないかということが非常に大事だ。しかし、決裁者とチャンネル決定者がイコールでない場合もある。オーナーさんが導入を決定して下さった場合でも、実際にチャンネルを決めるのは若い美容師さんである場合も多いことを考えると、一部の年代や層に響くものだけではなく、幅広く(番組を)取り揃える必要があると思う。またそのことをオーナーさんにいかにわかって頂けるかは、しっかりと見て行かなければいけないと思っている。

【審議委員】

20 年間にわたりこれだけ多くのコンピレーション CD を出しているのだから、以前からその存在は知っていたが、今回改めて放送楽曲を見て驚いた。60〜70 年代、「フリーソウル」という言葉が出てきた頃からの楽曲として耳が行くのは、10 曲のう

ち1曲か2曲程度だ。まさにこれは“日本のブランド”だと思う。橋本徹氏ならではの選曲で、それが『Free Soul』というブランドで、人気を集めている。それを USEN 音楽放送で番組化し、お客様に支持されているのであれば、狙いが当たったと言えるだろう。またこの番組は、橋本氏が持っている膨大な財産とも言える音源から、まだ CD 化されていない楽曲も選曲されているという点の一つの特色として打ち出せる。

美容室オーナーは尖った人が多い。BGM の選曲を自分で行っている知人がいるが、そこでは Dr. John が流れた後に Bob Dylan が流れたりし、それがまたすごく合っていたりする。ある意味、この番組も選曲のテイストの幅広さが良いのかも知れない。新鮮に聴こえるのかも知れない。

【審議委員】

審議会で初めて、選曲家の監修番組が登場したが、ブランドを利益に結び付けることと、ブランドを大切に世の中に出すことが肝要だと思う。